

2025 年度 決算説明会(2026 年 2 月16日開催)

<質疑応答の要約>

Q:	好調な決算の一方、今後のリスク要因は。
A:	トレンドに左右されやすいスポーツスタイルについては、カテゴリー内でポートフォリオを組んでリスク分散を図っている。オニツカタイガーについては流行に影響を受けにくいラグジュアリーライフスタイルブランドとしてのポジション確立を進めている。また、好調な今だからこそ、OneASICS 会員の体験価値向上、サプライチェーンのグローバル最適化、イノベーション創出といった基盤強化を進め、持続的な成長を目指す。
Q:	サプライチェーン改革と OneASICS の取組みは業績にどう貢献するのか。
A:	サプライチェーンについては、現在の中期経営計画 2026 において、リージョン最適からグローバル最適へと移行を進め、グローバルでの在庫管理や生産リードタイムの短縮を図っている。これにより機会損失を減らし、トップラインの成長に繋げる。OneASICS は、ランニングエコシステムなどを通じて会員の体験価値を高め、ロイヤルカスタマー化を促進することで、DTC 売上と利益率の向上に貢献する。
Q:	北米の売上トレンドが改善する見通しの背景は。
A:	パフォーマンスランニングとスポーツスタイルの成長が主なドライバー。特にスポーツスタイルは約50%の大幅な増収を計画している。また、これまで進めてきた EC での戦略的な販売商品の絞り込みが2025年で概ね完了し、不採算直営店の閉鎖も2026 年で目途がつく予定。売上トレンドは 2026 年以降、本格的には 2027 年からの改善を見込む。
Q:	北米における関税のマイナス影響に対し、どのように対応していくか。
A:	2026 年の関税影響は通期で約 100 億円を見込んでいる。これに対し、2026年秋冬商品の値上げを計画。北米以外の地域の売上総利益率改善とあわせて連結で影響を吸収できる見込み。
Q:	中華圏のパフォーマンスランニングにおける競争環境と販売戦略はどうか。
A:	中華圏ではグローバルブランドに加え大手現地ブランドの競合が存在しているが、アシックスのシェアはまだ低く、大きな成長余地があると認識している。主要なランニング大会での着用率向上を目標に掲げ、現状の数%程度から二桁以上を目指す。また、グローバルモデルに加え、中国市場向けのカラーや商品を開発・展開できる体制も整えている。